

**COSTUMBRE MERCANTIL: COBRO DE HOSPEDAJE POR ANTICIPADO
EN LA INDUSTRIA HOTELERA DE LA JURISDICCION DE LA CÁMARA DE
COMERCIO DE VILLAVICENCIO**

ÁNGELA MARCELA FLÓREZ HIDALGO

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ECONOMIA
VILLAVICENCIO

2017

**COSTUMBRE MERCANTIL: COBRO DE HOSPEDAJE POR ANTICIPADO
EN LA INDUSTRIA HOTELERA DE LA JURISDICCION DE LA CÁMARA DE
COMERCIO DE VILLAVICENCIO**

ÁNGELA MARCELA FLÓREZ HIDALGO

Trabajo de grado para optar el título de Economista

ERNESTO LEONEL CHÁVEZ HERNÁNDEZ

DIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ECONOMIA
VILLAVICENCIO

2017

Nota de aceptación

Antonio José Castro Riveros
Director programa de economía

Ernesto Leonel Chavez Hernandez
Director de pasatia

AUTORIDADES ECONOMICAS

PABLO EMILIO CRUZ CASALLAS
RECTOR UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS

DORIS CONSUELO PULIDO
VICERRECTOR ACADEMICO UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS

JOSE MILTON PUERTO GAITAN
SECRETARIO GENERAL

RAFAEL OSPINA INFANTE
DECANO FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

CARLOS LEONARDO RIOS VIASUS
DIRECTOR ESCUELA DE ECONOMIA Y FINANZAS

ANTONIO JOSE CASTRO RIVEROS
DIRECTOR PROGRAMA DE ECONOMIA

JAVIER DIAZ CASTRO
DIRECTOR CENTRO DE INVESTIGACIONES

Agradecimientos

Le agradezco primeramente a Dios por haberme permitido llegar hasta esta instancia, a mis padres por acompañarme en este proceso tan importante en mi vida y en la misma de ellos, a mis hermanos, amigos y compañeros por aportar tanto en mi formación tanto personal como profesional y a mi director de grado, el economista Ernesto Leonel Chávez Hernández, porque con su apoyo logre culminar esta etapa.

Hoy termina una etapa en mi vida, para mí la más importante, con gran nostalgia recuerdo cada uno de los días que pase en la universidad de los llanos, y me siento orgullosa de haber hecho parte de ella y de seguirlo haciendo. Prometo dejar el nombre de mi institución en alto en todo momento y lugar.

RESUMEN

La Cámara de Comercio de Villavicencio fue creada a través del decreto 306 del 10 de febrero de 1962 e inició actividades a partir del 1°. De mayo de 1962, con su actividad principal de llevar el Registro Público de los comerciantes de su jurisdicción, la cual abarca los departamentos de Meta, Vichada, Guania, Vaupés y el municipio de Paratebueno en Cundinamarca y representa los intereses de los mismos ante el Gobierno Nacional.

El numeral 5 del artículo 85 del Código de Comercio, ordena que las Cámaras de Comercio deben recopilar las costumbres mercantiles de su jurisdicción y certificar acerca de la existencia de las recopiladas. La Costumbre Mercantil es una fuente primaria del derecho comercial que hace referencia a los usos implantados por la colectividad y que son considerados por la misma ley como obligatorios.

La costumbre mercantil es un conjunto de prácticas que realizan los comerciantes de manera uniforme, pública, reiterada y cuenta con la misma autoridad de la ley mercantil, siempre y cuando no la contraríen de ninguna forma. (Cámara de Comercio de Bogotá)

Una costumbre mercantil es una práctica que al repetirse a través del tiempo obtiene un signo de obligatoriedad dentro del conglomerado que la ejecuta, está a su vez debe ser pública, es decir conocida por todos los comerciantes del sector en donde se presente, uniforme, lo que significa que cada vez que se repita se haga de la misma manera, reiterada lo que quiere decir que se esté repitiendo durante un lapso significativo, y además no debe ser contraria a la ley ni a las buenas costumbres. Estas características están contenidas en el artículo 3 del Código de Comercio (Decreto 410 de 1971), en donde también se precisa que una vez certificada la costumbre mercantil, esta tendrá incluso el mismo poder que la ley comercial.

La presente pasantía está catalogada según la resolución No. 007 del 30 de abril del 2014 como un proyecto de extensión correspondiente a la vinculación de una estudiante de la facultad de ciencias económicas de la Universidad de los Llanos al Consultorio Empresarial de esta misma, a través del convenio 099 del 2014 con la cámara de comercio de Villavicencio.

Para este proceso se contará con el apoyo de funcionarios de la cámara de comercio de Villavicencio y docentes de la universidad de los llanos. Cuenta con una metodología de tipo descriptiva, la cual abarca un extenso trabajo de campo en un sector económico específico, en donde es necesaria la aplicación de encuestas, recopilación, análisis de la información e interacción directa con los comerciantes de la ciudad.

ABSTRACT

The Chamber of Commerce of Villavicencio was created through decree 306 of February 10, 1962 and began activities from the 1st. May 1962, with its main activity of carrying the Public Registry of the merchants of its jurisdiction, which covers the departments of Meta, Vichada, Guania, Vaupés and the municipality of Paratebuena in Cundinamarca and represents the interests of the same before the National government.

Article 85 (5) of the Commercial Code requires the Chambers of Commerce to compile the mercantile customs of their jurisdiction and certify the existence of those collected. The Custom Mercantile is a primary source of commercial law that refers to the uses implemented by the community and are considered by the same law as mandatory.

The mercantile custom is a set of practices that the merchants do in a uniform, public, repeated way and has the same authority of the mercantile law, as long as they do not oppose it in any way. (Chamber of Commerce of Bogotá)

A mercantile custom is a practice that, when repeated over time, obtains a sign of compulsion within the conglomerate that executes it. In turn, it must be public, that is to say, known to all traders in the sector where it is presented, uniform, Which means that every time it is repeated it is done in the same way, repeated what it means to be repeating itself during a significant period, and in addition it should not be contrary to the law nor to the good customs. These characteristics are contained in article 3 of the Commercial Code (Decree 410 of 1971), which also states that once the mercantile custom has been certified, it will have even the same power as commercial law.

The present internship is cataloged according to resolution No. 007 of April 30, 2014 as an extension project corresponding to the attachment of a student of the faculty of economic sciences of the University of the Llanos to the Business Office of the same, through Of the agreement 099 of 2014 with the chamber of commerce of Villavicencio.

For this process will be supported by officials of the chamber of commerce of Villavicencio and teachers of the University of Los Llanos. It has a descriptive methodology, which includes an extensive fieldwork in a specific economic sector, where it is necessary the application of surveys, compilation, analysis of information and direct interaction with the merchants of the city

Tabla de contenido

1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
2.	JUSTIFICACIÓN.....	12
3.	OBJETIVOS.....	14
3.1	Objetivo General.....	14
3.2	Objetivos Específicos	15
4.	Marcos de Referencia.....	15
4.1	Marco Teórico	15
4.2	Marco Legal	17
4.3	Marco geográfico.....	18
4.3.1	Meta	18
4.3.2	Vichada.....	19
4.3.3	Guainía	19
4.3.4	Vaupés	20
4.3.5	Paratebueno	21
5.	METODOLOGIA	21
5.1	Selección de la población y muestra.....	22
6	ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO (ENCUESTA)	23
7	RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	23
8	ANÁLISIS Y CONCLUSIONES	24
8.1	Tabulación de la información	24
8.1	Informe estadístico.....	24
8.2	Verificación de requisitos de la costumbre mercantil.....	32
	CONCLUSIONES.....	33
	ANEXOS. FORMULARIO ENCUESTA.....	34
	LISTA DE REFERENCIAS.....	35

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La economía colombiana vive en constante crecimiento, uno de los aspectos relevantes a los cuales se le atribuye parte de este crecimiento es a su vez, el crecimiento del sector hotelero; que según cifras del DANE para el 2015, del total del crecimiento económico de Colombia el 5,5% lo aportó dicho sector.

De los departamentos que conforman la jurisdicción de la cámara de comercio de Villavicencio, se pueden resaltar el departamento del Meta y el departamento del Amazonas, como departamentos con alto atractivo turístico y a su vez hotelero, debido a su biodiversidad, la extensión de sus paisajes, entre otras características que hacen que los turistas los elijan.

A pesar de lo extenso que es el sector hotelero en nuestro país y de todos los beneficios que este trae consigo para el mismo, aun se evidencian carencias en cuanto a las leyes y normas que lo regulan; entre las que se podrían resaltar la informalidad; una de las que se podrían resaltar en este caso es el “cobro del hospedaje por anticipado” esto debido a que los dueños de los establecimientos hoteleros prefieren hacer el cobro del servicio que prestan anticipadamente y así, evitar dificultades y de esta manera asegurar su beneficio económico.

Teniendo en cuenta esta problemática, para la cámara de comercio de Villavicencio se hace necesario e importante certificar como costumbre mercantil la práctica “cobro de hospedaje por anticipado” y así, tener la forma de regular los establecimientos en los cuales se presenta dicha situación; se procede a formular las siguientes preguntas ¿Qué tratamiento se le da a los establecimientos de la jurisdicción de la cámara de comercio de Villavicencio en los cuales se practica el “cobro de hospedaje por anticipado”? y ¿Cumple con los requisitos para constituirse como costumbre mercantil la práctica “cobro de hospedaje por anticipado”

2. JUSTIFICACIÓN

Para dar solución a los cuestionamientos planteados anteriormente, se requiere verificar si la práctica “cobro de hospedaje por anticipado” puede ser constituida como costumbre mercantil; teniendo en cuenta que de esta manera y con ayuda de esta norma, se podrán solucionar problemas que se presenten en el futuro ocasionados por dicha práctica.

En cuanto a lo que tiene que ver con la universidad de los llanos, la certificación de esta práctica y el trabajo desarrollado en la misma, servirá como punto de partida para la realización de futuras investigaciones y con esto cumplir con uno de los objetivos que las universidades (formular proyectos de investigación)

Para la Cámara de Comercio de Villavicencio, la realización de este estudio y su posterior certificación como costumbre mercantil; servirá como apoyo para el cumplimiento de una de sus funciones según lo descrito en el artículo 86 del código de comercio, el cual obliga a las Cámaras a recopilar y certificar las costumbres mercantiles que tienen lugar dentro de la jurisdicción de la misma.

Para la estudiante de la universidad de los llanos y persona encargada de la recopilación de información para este proyecto, ayudará al fortalecimiento de los conocimientos adquiridos durante toda su formación académica; además de contribuir en el ámbito profesional, puesto que la realización de dicho estudio implica la interacción con los agentes económicos involucrados en la práctica y le permitirá tener un horizonte más amplio en lo que a esto concierne.

NECESIDAD DE INFORMACIÓN

La investigación va dirigida al sector hotelero, más específicamente a los hoteles que se encuentran registrados en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio, conformada por los departamentos de Meta, Vichada, Guainía, Vaupés y el municipio de Paratebueno en Cundinamarca, ya que es su actividad la que en este caso se considera mercantil.

El tema a desarrollar es el COBRO DE HOSPEDAJE POR ANTICIPADO debida a que es un tema que ha tenido reiteración y aplicabilidad entre el sector hotelero en toda la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio.

VIABILIDAD JURÍDICA

Lo primero que se debe determinar es si las actividades de hotelería son consideradas mercantiles tomando como base los artículos 20 y 21 del Código de Comercio en los cuales se especifican los actos y operaciones mercantiles. El ARTÍCULO 21, indica lo siguiente, “se tendrán así mismo como mercantiles todos los actos de los comerciantes relacionados con actividades o empresas de comercio, y los ejecutados por cualquier persona para asegurar el cumplimiento de obligaciones comerciales”, en donde se entiende como comerciante a las “personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considere mercantiles”. (Artículo 10 del Código del Comercio)

Continuando con el estudio de la normatividad de la costumbre mercantil denominada “Cobro de hospedaje por anticipado”, es necesario determinar si esta es una práctica pública de la actividad a la que pertenece, es decir, tiene que ser conocida por el

conjunto de personas que la practican. Por medio del muestreo podemos notar que el ____% de los encuestados afirmó que el cobro por anticipado es una actividad conocida por todo el sector hotelero de la región.

Gracias al estudio, se observa además que esta actividad mercantil es ampliamente conocida por el sector y que la gran mayoría de establecimientos hoteleros aplican la modalidad de pago por anticipo al momento de ingresar al hotel, por lo que podemos deducir que dicho acto es uniforme y reiterado, dando así cumplimiento a los requisitos mencionados en el artículo 3 del Código de Comercio y demás consolidados por la doctrina y la jurisprudencia.

Por último, a la fecha no existe una normatividad que regule la actividad dando paso al proceso de certificación de la misma como Costumbre Mercantil.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Realizar el proceso de investigación correspondiente a la Costumbre Mercantil del cobro de hospedaje por anticipado en el sector hotelero de la jurisdicción de la cámara de comercio de Villavicencio, con el objeto de certificar dicha

costumbre en desarrollo del Convenio 099 del año 2014, celebrada entre la Universidad de los Llanos y la Cámara de comercio de Villavicencio.

3.2 Objetivos Específicos

- Identificar si los propietarios de los establecimientos hoteleros de la jurisdicción de la cámara de comercio de Villavicencio, tienen el sistema de cobro de hospedaje por anticipado.
- Identificar los establecimientos hoteleros, afiliados a cámara de comercio de Villavicencio que serán objeto de la investigación a fin de obtener de éstas la información que eventualmente genere una práctica constitutiva de costumbre.
- . Evaluar la práctica acopiada a través de encuestas y de una investigación documental dentro del trabajo de campo, a fin de determinar si reúne las condiciones para constituirse en costumbre mercantil.
- Recomendar la aprobación de la vigencia de la práctica mercantil con el propósito de recopilarla y certificar acerca de su existencia, de conformidad con la ley.

4. Marcos de Referencia

4.1 Marco Teórico

De acuerdo al documento ABC de la costumbre mercantil, publicado por la Cámara de Comercio de Bogotá en su biblioteca digital (2011), desde el inicio del derecho comercial, la costumbre mercantil ha cumplido con una función imprescindible en el

actuar de los comerciantes, debido a que hace parte de la cotidianidad, de lo frecuente, e incluso del sentido común.

A través del Código de Comercio y el Decreto 898 del 2002, se les confió a las Cámaras de Comercio la tarea de recopilar y certificar las costumbres mercantiles de su jurisdicción. Así, la costumbre mercantil cobra gran importancia para las relaciones jurídicas que se establecen en los diferentes sectores económicos del país y en particular en el sector empresarial, constituyéndose en una indiscutible fuente de derecho creadora de normas jurídicas por su capacidad de adquirir el mismo valor que la ley mercantil cuando es debidamente probada (Cámara de Comercio de Bogotá, 2011).

Ramírez (1998) define la costumbre como una regla jurídica establecida espontáneamente por el grupo social sin intervención del poder público, constituida por una pluralidad de prácticas repetidas, constantes, públicas y uniformes, cuya vigencia emana del continuado ejercicio por parte de los miembros del grupo social donde opera; es, simplemente, el derecho que naturalmente nace y se forma a través del hábito.

De acuerdo a un documento publicado por la Cámara de Comercio de Neiva sobre el sector inmobiliario (2003), los elementos de la costumbre se definen así:

- **Práctica pública:** Atiende a que las prácticas sean conocidas por el conglomerado social o por el grupo en el cual se realizan y que van a ser sometidos a los dictados de la costumbre. Esta condición es obvia, porque si con base en tales hechos se va a crear una especial regla de derecho, es esencial que pueda ser conocida por quienes van a ser dirigidos por ella, ya que sería absurdo imponer a alguien una disposición clandestina.
- **Uniforme:** Atiende a que las prácticas que informan una determinada costumbre sean iguales, en razón de un proceder idéntico frente a determinada situación, sin que en su constante suceder se presenten omisiones o hechos contrarios, y lo que

es más importante, que se haya creado y mantenido sin protesta formal de aquellos que hubiesen tenido interés en impugnarlo.

- Reiterada: Atinente a que las prácticas constitutivas de las costumbres deben ser reiteradas por un espacio de tiempo, es decir, deben tener una tradición y no pueden ser transitorias u ocasionales, pues a lo sumo podrían tenerse como usos comunes.

4.2 Marco Legal

El Código de Comercio en su art. 3º, establece la autoridad de la costumbre mercantil “La costumbre mercantil tendrá la misma autoridad que la ley comercial, siempre que no la contraríe manifiesta o tácitamente y que los hechos constitutivos de la misma sean públicos, uniformes y reiterados en el lugar donde hayan de cumplirse las prestaciones o surgido las relaciones que deban regularse por ella” (Presidencia de la República de Colombia, Decreto 410 de 1971).

Además, el art. 5º, enuncia que la costumbre mercantil cumple con una función adicional, que es la de servir para determinar el sentido de las palabras o frases técnicas del comercio al momento de interpretar los actos y convenios mercantiles. El numeral 5 del artículo 85 del Código de Comercio, ordena que las Cámaras de Comercio deban recopilar las costumbres mercantiles de su jurisdicción y certificar acerca de la existencia de las recopiladas (Presidencia de la República de Colombia, Decreto 410 de 1971).

La Costumbre Mercantil es una fuente primaria del derecho comercial que hace referencia a los usos implantados por la colectividad y que son considerados por la misma ley como obligatorios. Esta fuente, ha dado origen a las legislaciones, formando así una especie de derecho escrito, proveniente de la experiencia y en ella se fundamenta. Los usos base de la costumbre son espontáneamente observados y se

caracterizan por ser dinámicos y proporcionar una respuesta a las necesidades de la colectividad.

4.3 Marco geográfico

La investigación será adelantada en la jurisdicción de la cámara de comercio de Villavicencio más específicamente en los departamentos de Meta, Vichada, Guainía, Vaupés y el municipio de Paratebuena en Cundinamarca.

Se explicarán más en detalle algunas características a continuación.

4.3.1 Meta

El departamento del Meta se encuentra localizado en la región de la Orinoquia, cuenta con una extensión de 85.000 Km² equivalentes al 7,5% del territorio nacional. Está dividido en 29 municipios, 115 inspecciones de policía, así como, numerosos caseríos y sitios poblados.

Se explotan la sal, las calizas y el petróleo. De este se utiliza, con gran rendimiento y aplicación, el gas natural. Un pilar de la economía metense es, pues, el petróleo con el bloque Meta: Apiay, Guayuriba, La Libertad, Suria, La Reforma, Guatiquía y Castilla, con una importante producción de petróleo y gas, sacados al mercado por tubería y carro tanques.

Cuenta además con las áreas protegidas del Sistema de Parques Nacionales Naturales como el Parque nacional natural, la Cordillera de los Picachos, el Parque nacional natural Chingaza, Parque nacional natural Sumapaz, Parque nacional natural Tinigua y el Parque nacional natural Sierra de La Macarena; comprende, además, los paisajes de altillanura con vegetación de sabana y bosque primario.

4.3.2 Vichada

El **Departamento de Vichada** está situado en el extremo oriental del país y de la región de la Orinoquía colombiana, Cuenta con una superficie de 98.970 km² lo que representa el 8.6 % del territorio nacional.

Las principales actividades económicas del departamento son la ganadería extensiva, la agricultura, la explotación forestal, del caucho, y la pesca. La mayoría de la población del departamento es indígena y se distinguen 8 grupos étnicos distribuidos en resguardos.

Los principales municipios del departamento son: Puerto Carreño, Santa Rosalía, La Primavera y Cumaribo. Las vías de comunicación son principalmente fluviales, y el transito se realiza por los ríos: Vichada, Mata y Orinoco.

4.3.3 Guainía

El **Departamento de Guainía** está situado al oriente del país, en la región de la Amazonía, Limita por el Norte con el río Guainía, que lo separa del departamento del Vichada; por el Este con los ríos Atabapo, Guainía y Negro, que lo separan de la República de Venezuela; por el Sur con la República de Brasil y por el Oeste con los departamentos del Vaupés, Guaviare y Vichada.

Presenta condiciones climáticas de transición entre el tipo de sabana tropical, alternada húmeda y seca. Las temperaturas son altas durante todo el año, con promedios superiores a los 27°C. En este departamento se distinguen dos tipos de economía, una tradicional, desarrollada fundamentalmente por las comunidades indígenas y campesinos de subsistencia, y otra, formal que incluye la explotación minera y el

comercio, y al margen los cultivos ilícitos. La mayor actividad agropecuaria está ubicada en el área de Mapiripan hasta Amanavén; allí se localiza un frente de colonización que genera excedentes significativos de productos como cacao, plátano, yuca, maíz, ganado vacuno y porcino.

4.3.4 Vaupés

El **Departamento de Vaupés** está ubicado al oriente del país en la región de la Amazonía, Cuenta con una superficie de 53.190 km² lo que representa el 4.6 % del territorio nacional. Limita por el Norte con los departamentos de Guaviare y Guainía, por el Este con la República de Brasil, por el Sur con el río Apaporis que lo separa de los departamentos de Amazonas y Caquetá y por el Oeste con los departamentos de Caquetá y Guaviare.

Está dividido en 3 municipios: Mitú, ciudad capital, Carurú y Taraira, 3 corregimientos departamentales, Pacoa, Papunaua y Yavaraté; 2 corregimientos municipales, Acaricuara y Villafátima, 10 inspecciones de policía, numerosos caseríos y sitios poblados.

Su economía se basa principalmente en la producción agrícola y minera; sobresalen los cultivos transitorios, realizados por colonos como medio de subsistencia. Los principales cultivos son yuca, maíz, plátano y arroz seco manual; en la actualidad se promueve la explotación del caucho natural con aportes económicos y asesoría técnica, con el propósito de mejorar los ingresos de los habitantes de la región.

4.3.5 Paratebueno

El municipio de Paratebueno está ubicado en el departamento de Cundinamarca a 176 km de la capital del país. Posee una temperatura promedio de 27°C, y una extensión total de 883 km².

Limita al norte con los municipios de San Luis de Gaceno - Boyacá, Ubalá - Cundinamarca, Sabana Larga - Casanare, al sur con Cumaral - Meta, al oriente con Cabuyaro - Meta, y al occidente con Medina - Cundinamarca.

Los ríos Húmea, Guacavía y río Amarillo riegan el municipio, y son de gran importancia para llevar a cabo cada una de las actividades propias de la producción agropecuaria.

Gran parte de la actividad económica del municipio se basa en la producción pecuaria, en donde sobresalen la ganadería doble propósito y la Agroindustria, como la Palma Africana y el Arroz.

Adicionalmente, el cultivo de frutales como piña y cítricos hacen parte de la actividad económica del municipio. Por otro lado, el caucho se proyecta como un generador de desarrollo sostenible y sustentable, como una fuente de empleo y riqueza para la región que, por sus características y ubicación geográfica, será una gran despensa para todo el Departamento y territorio nacional; esto desde el punto de vista del Gobierno Nacional y Departamental.

5. METODOLOGIA

El contexto en el cual se desarrolla el presente estudio es el sector hotelero, enfocado principalmente en los establecimientos registrados legalmente como “Hoteles” y que requieren de un pago por adelantado por parte del cliente en el momento de ingresar a la entidad. Se establece como área geográfica la jurisdicción de la Cámara de Comercio de

Villavicencio conformada por los departamentos del Meta, Vichada, Guanía, Vaupés y el Municipio de Paratebueno en Cundinamarca.

5.1 Selección de la población y muestra

Instrumento de recolección de datos: Encuesta

Sistema de selección de la muestra: Aleatoria simple

Población total: 542 establecimientos hoteleros registrados ante Cámara de Comercio de Villavicencio

Muestra necesaria: 214

Probabilidad de éxito: 50%

Probabilidad de fracaso: 50%

Nivel de confianza: 90%

Margen de error: 5%

MUESTRA:

Para determinar el número de encuestas a realizar o el número de establecimientos que se deben encuestar, se hará uso de la fórmula muestral la cual nos permite obtener una cantidad representativa de la población objeto de investigación.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2(N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Siendo: Z= Valor obtenido del nivel de confianza

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

N= Tamaño de la muestra

E= Error muestral

Para efectos de la investigación, la formula muestral fue aplicada de manera independiente al total de los establecimientos hoteleros de cada uno de los departamentos de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio, esto con el fin de lograr encuestar a una cantidad representativa de cada uno de ellos, y por ende, obtener resultados mas acertados.

Muestras		Aprox.
Meta	176,870197	177
Vichada	21,2803738	21
Guainía	5,89179441	6
Vaupés	4,92760181	5
Paratebueno	4,92760181	5
Total	213,897569	214

6 ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO (ENCUESTA)

Tomando como base los requisitos de la costumbre mercantil, se diseña el instrumento mediante el cual se logrará recolectar la información necesaria para dar cumplimiento a los objetivos del presente estudio. (Anexo 1)

7 RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Teniendo en cuenta que el estudio se lleva a cabo en toda la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio, la aplicación del instrumento se realiza de manera telefónica, esto con el fin de optimizar el tiempo y recursos.

8 ANÁLISIS Y CONCLUSIONES

Luego de haber recolectado los datos necesarios para la realización del presente estudio, se hace conveniente analizar los resultados obtenidos. Para lo cual se procede a tabular de manera independiente la información, con el fin de elaborar el informe estadístico que conlleva a la verificación de los requisitos indispensables para que la práctica en cuestión pueda ser catalogada como Costumbre Mercantil.

8.1 Tabulación de la información

Para llevar a cabo la tabulación de los datos, obtenidos previamente mediante la aplicación del instrumento, se realizó en primer lugar una verificación del diligenciamiento de las encuestas aplicadas, posteriormente se realizó el ingreso de los datos a la plantilla elaborada para tal fin.

A continuación, se presentan los resultados globales de la tabulación.

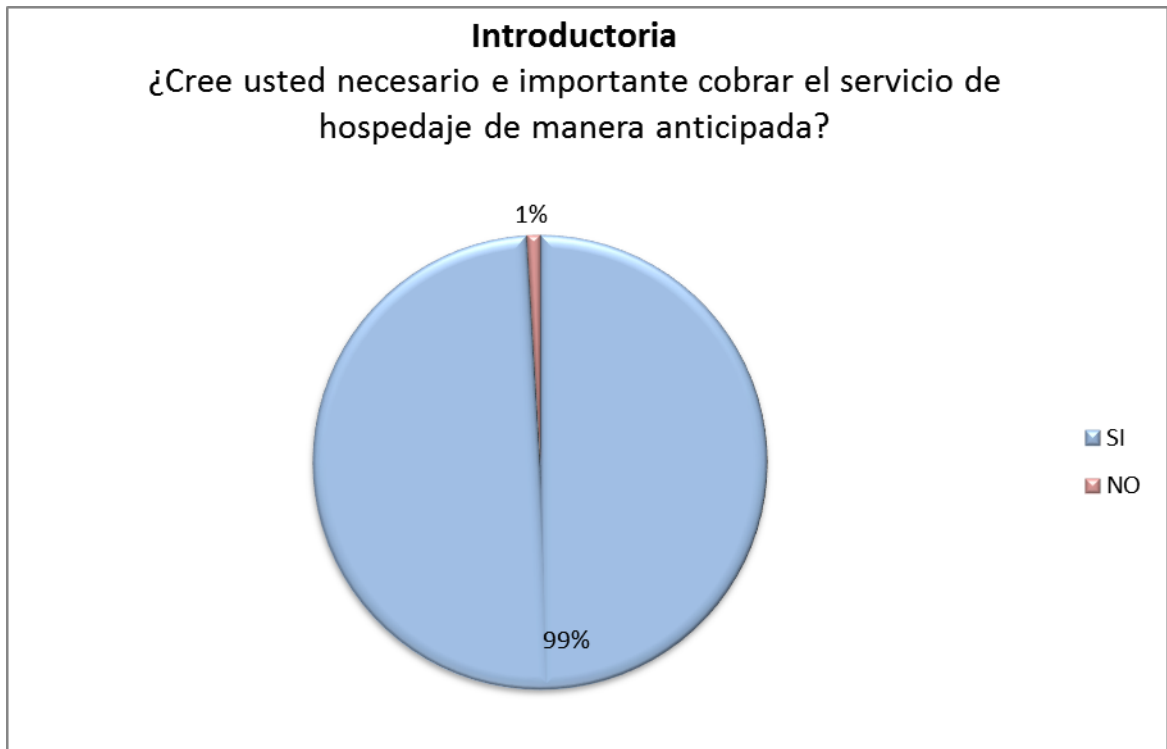
8.1 Informe estadístico

Teniendo como fundamento los resultados de la aplicación del instrumento, a continuación, se elabora el informe estadístico por medio del cual se tendrá una mayor comprensión de los resultados del estudio.

1. INTRODUCTORIA: ¿Cree usted necesario e importante cobrar el servicio de hospedaje de manera anticipada?

Pregunta 1. Introductoria		
	Frecuencia	Porcentaje

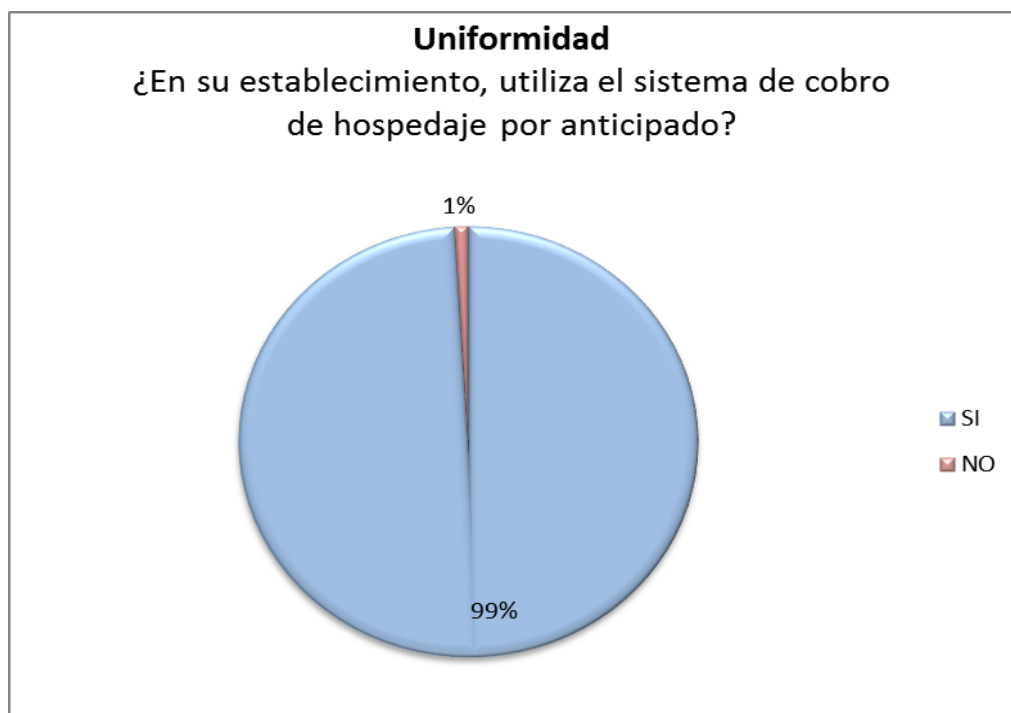
SI	212	99%
NO	2	1%
TOTAL	214	100%



Análisis: Con respecto a la información obtenida, podemos evidenciar que el 99% (212 establecimientos) de los comerciantes encuestados creen que es necesario cobrar el servicio por anticipado basado en ciertos inconvenientes que se han presentado en el pasado, tales como, clientes que se van del establecimiento sin cancelar el servicio o clientes que al ingresar al hotel apartan la habitación por cierta cantidad de días pero se retiran antes del tiempo acordado, causando así pérdidas de dinero al establecimiento. Por otro lado, solamente el 1% de los encuestados (2 establecimientos) contestó que no es importante o relevante para ellos realizar el cobro de manera anticipada.

2. UNIFORMIDAD: ¿En su establecimiento, utiliza el sistema de cobro de hospedaje por anticipado?

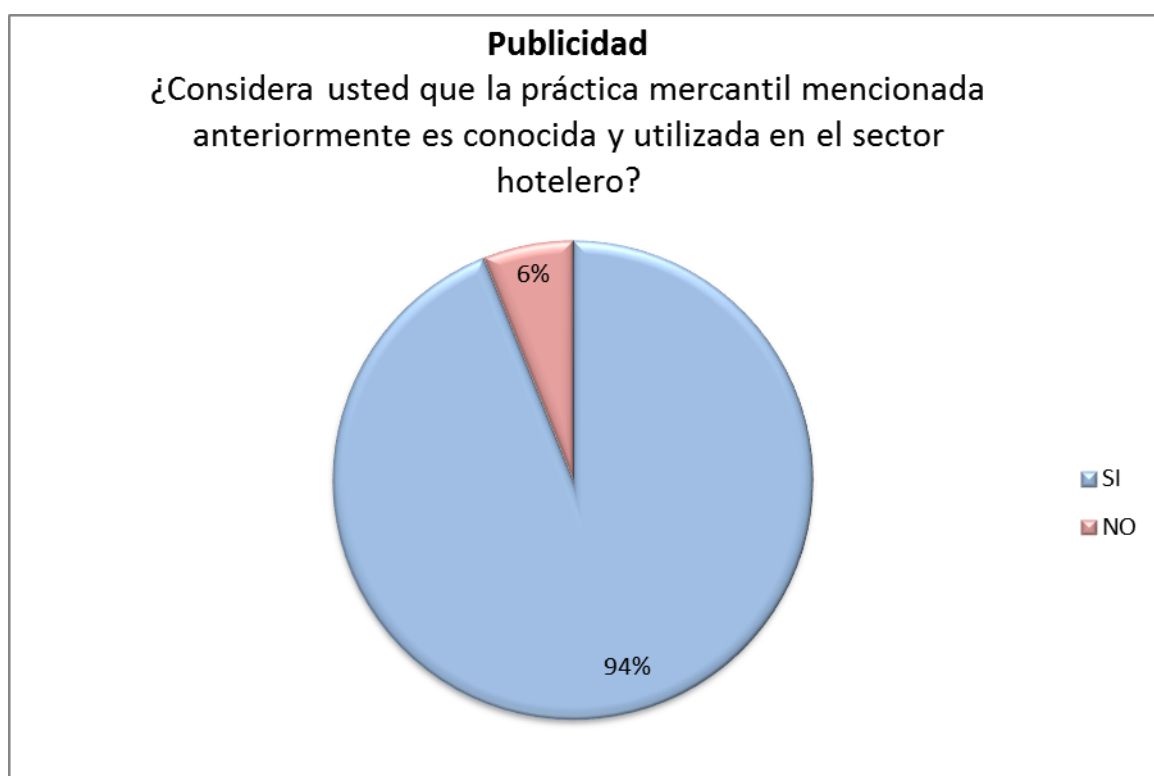
Pregunta 2. Uniformidad		
	Frecuencia	Porcentaje
SI	212	99%
NO	2	1%
TOTAL	214	100%



Análisis: En la gran mayoría de los establecimientos hoteleros de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio es utilizado el sistema de cobro de hospedaje por anticipado, siendo estos un 99% (212 establecimientos) frente al 1% (2 establecimientos) que dice no utilizarlo. Es importante mencionar que este resultado coincide con la importancia que le dan los establecimientos al cobro del hospedaje por anticipado.

3. PUBLICIDAD: ¿Considera usted que la práctica mercantil mencionada anteriormente es conocida y utilizada en el sector hotelero?

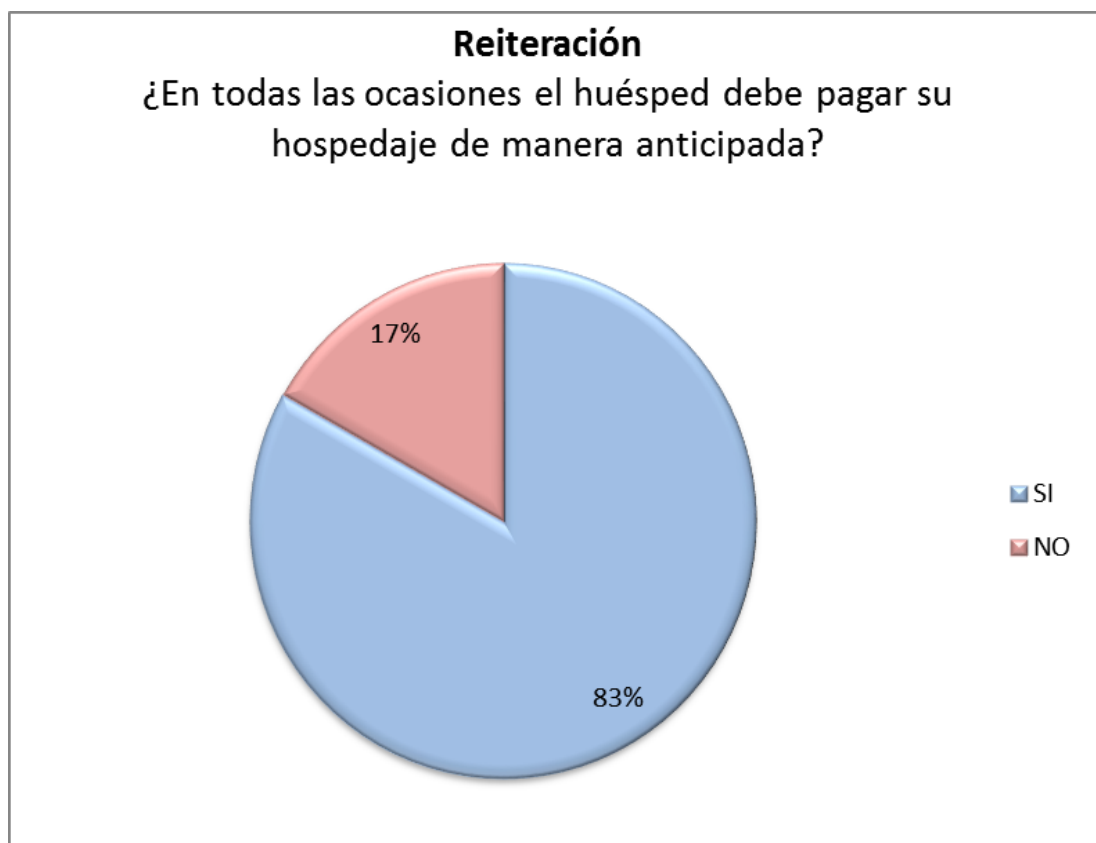
Pregunta 3. Publicidad		
	Frecuencia	Porcentaje
SI	201	94%
NO	13	6%
TOTAL	214	100%



Análisis: Según el 94% (201 establecimientos) de los encuestados, la practica mercantil en cuestión es conocida y utilizada en todo el sector hotelero, mientras que solo el 6% (13 establecimientos) dice no serlo.

4. REITERACIÓN: ¿En todas las ocasiones el huésped debe pagar su hospedaje de manera anticipada?

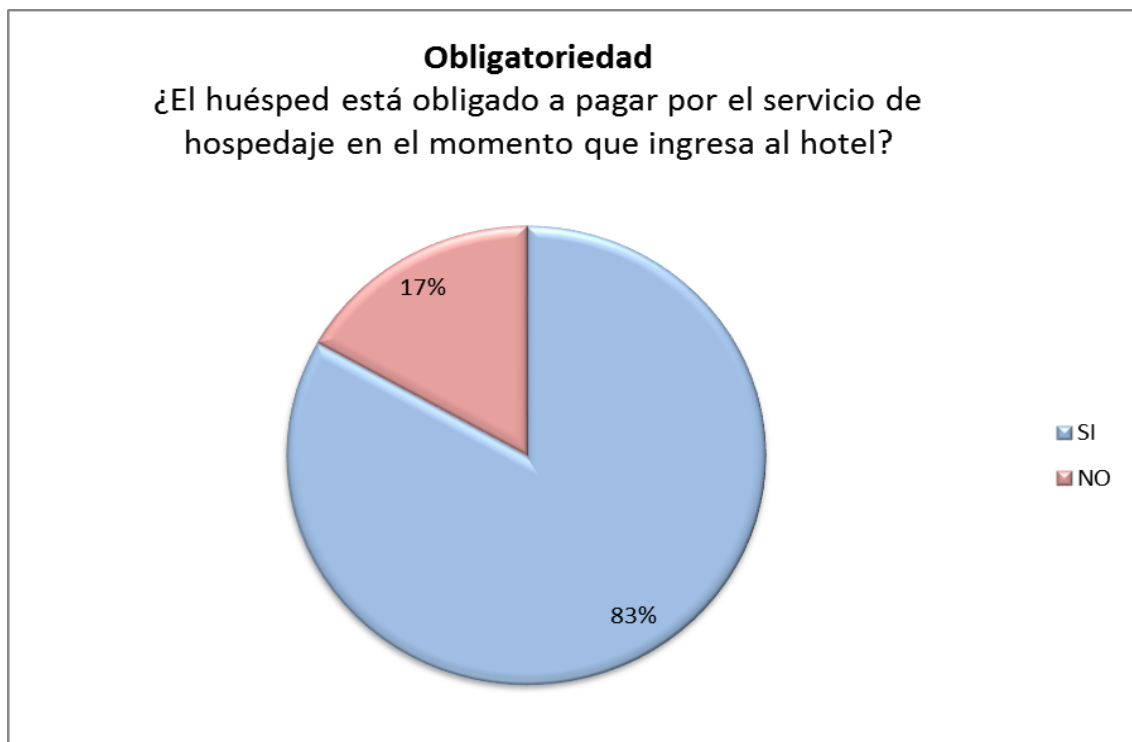
Pregunta 4. Reiteración		
	Frecuencia	Porcentaje
SI	178	83%
NO	36	17%
TOTAL	214	100%



Análisis: En todas las ocasiones el huésped debe pagar el hospedaje de manera anticipada según el 83% (178 establecimientos) de encuestados, contra el 17% (36 establecimientos) que lo deja a decisión del huésped, esto se debe principalmente a que en ciertos departamentos de la jurisdicción la demanda es escasa, por ende los hoteles se ven obligados a acceder a la voluntad del cliente.

5. OBLIGATORIEDAD: ¿El huésped está obligado a pagar por el servicio de hospedaje en el momento que ingresa al hotel?

Pregunta 5. Obligatoriedad		
	Frecuencia	Porcentaje
SI	178	83%
NO	36	17%
TOTAL	214	100%

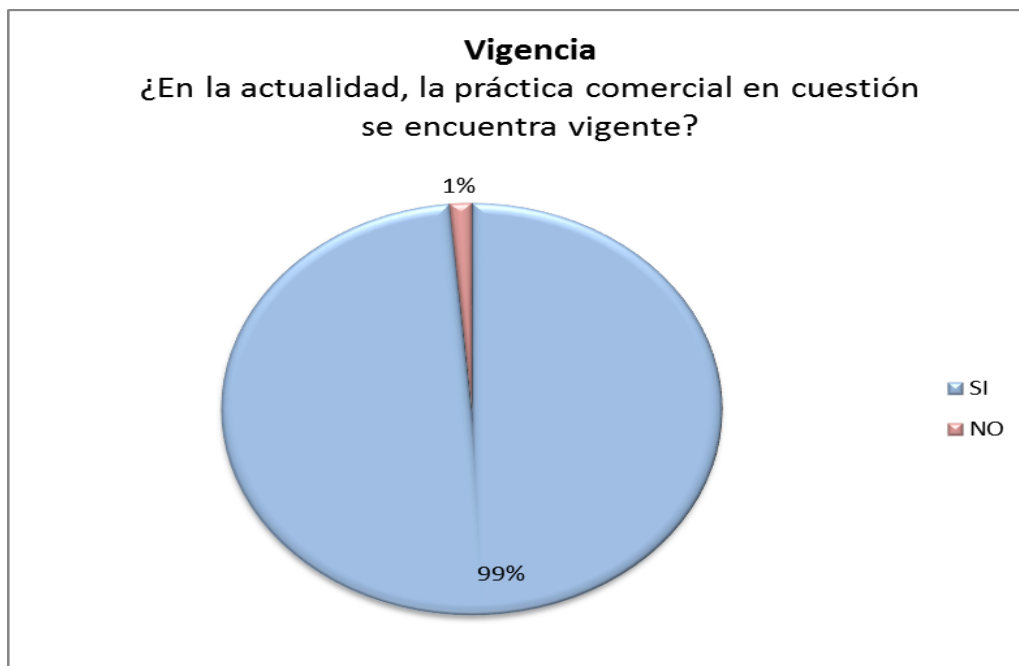


Análisis: Con respecto a si el huésped está obligado o no a realizar el pago del servicio antes de utilizarlo, el 83% (178 establecimientos) de los encuestados considera que es necesario, mientras que el 17% (36 establecimientos) de estos asegura que no es indispensable para ellos como establecimiento, ya que el hotel le da a conocer al cliente la opción de cancelar el servicio de manera anticipada, pero si este no tiene la voluntad y/o capacidad de hacerlo se puede llegar a un acuerdo en el cual se beneficien las dos partes.

6. VIGENCIA

6.1 ¿En la actualidad, la práctica comercial en cuestión se encuentra vigente?

Pregunta 6.1 Vigencia		
	Frecuencia	Porcentaje
SI	211	99%
NO	3	1%
TOTAL	214	100%

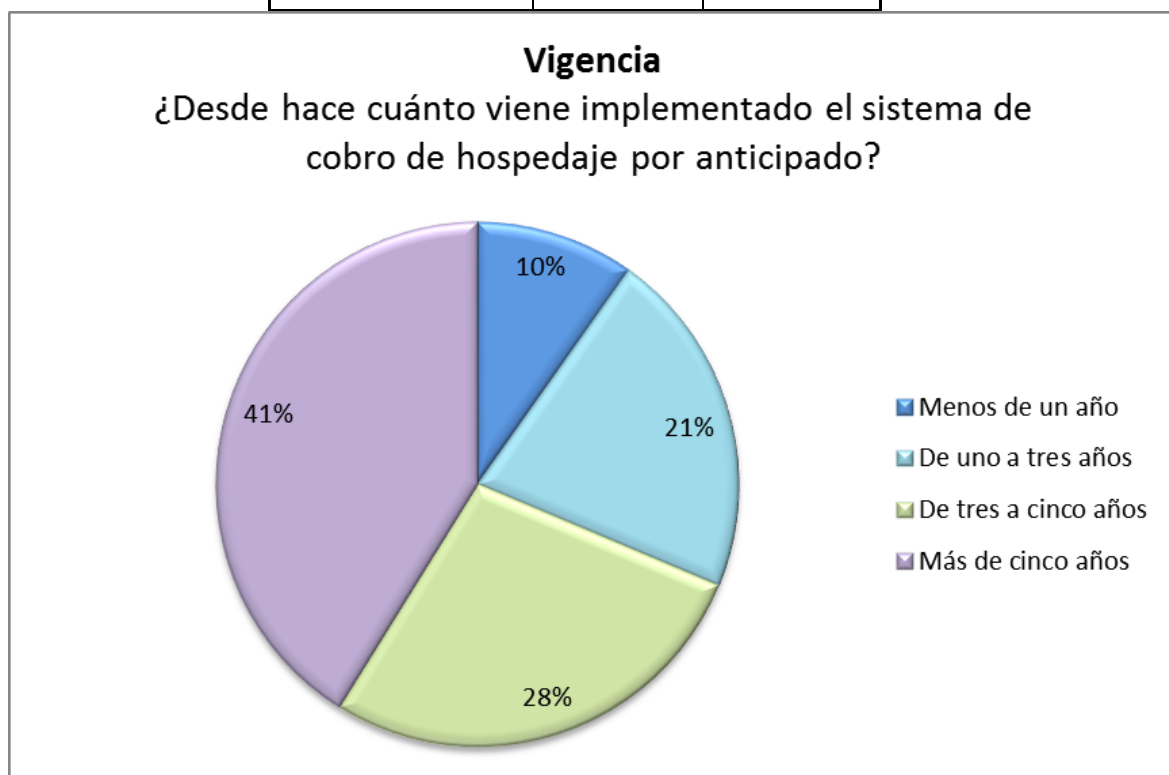


Análisis: En la mayoría de los establecimientos a los cuales se realizó la encuesta se encuentra vigente la practica mercantil, siendo estos un 99% (212 establecimientos) en contraste con el 1% (2 establecimientos) en los cuales no se encuentra vigente.

Coincidiendo esto con el número de establecimientos que afirmaron que para ellos es necesario e importante realizar el cobro de manera anticipada.

6.2 ¿Desde hace cuánto viene implementado el sistema de cobro de hospedaje por anticipado?

Pregunta 6.2 Vigencia		
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	21	10%
De uno a tres años	46	21%
De tres a cinco años	59	28%
Más de cinco años	88	41%
TOTAL	214	100%



Análisis: A partir de la información recolectada, se puede afirmar que el 41% (88 establecimientos) de los encuestados llevan más de 5 años implementando el cobro de hospedaje por anticipado, el 28% (59 establecimientos) de tres a cinco años, el 21% (46

establecimientos) de uno a tres años y el 10% (21 establecimientos) la viene implementando hace menos de un año, lo anterior corrobora que la practica mercantil en cuestion no se realiza momentaneamente sino que por el contrario se ha ejecutado durante un tiempo significativo.

8.2 Verificación de requisitos de la costumbre mercantil

Tomando como base los resultados obtenidos, se procede a verificar cada uno de los requisitos de la costumbre mercantil, teniendo en cuenta que las respuestas del estudio deben arrojar un porcentaje mínimo del 70% de respuestas afirmativas.


Requisitos Costumbre Mercantil	% Requerido para aprobación	% Obtenido
Uniformidad	70%	99%
Publicidad		94%
Reiteración		83%
Obligatoriedad		83%
Vigencia		99%

Por medio de los resultados obtenidos en la encuesta realizada a 214 establecimientos hoteleros de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio, podemos evidenciar que la práctica realizada por los hoteles de cobrar su servicio de manera anticipada cumple con el porcentaje requerido para ser aprobado como Costumbre Mercantil en todos los requisitos.

CONCLUSIONES

- Se logró identificar cuáles de los propietarios de los establecimientos hoteleros de la jurisdicción de la cámara de comercio de Villavicencio, tienen el sistema de cobro de hospedaje por anticipado.
- Se evidencio a los establecimientos hoteleros, afiliados a cámara de comercio de Villavicencio que serían objeto de la investigación.
- Se evaluó la práctica acopiada a través de encuestas y de una investigación documental dentro del trabajo de campo, a fin de determinar si reunía las condiciones para constituirse en costumbre mercantil.
- Se Recomendó la aprobación de la vigencia de la práctica mercantil con el propósito de recopilarla y certificar acerca de su existencia, de conformidad con la ley.

ANEXOS. FORMULARIO ENCUESTA

 CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO <i>Construyendo Región</i>	CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO Estudio de costumbres mercantiles Cobro de hospedaje por anticipado Sector hotelero	
	ENCUESTA	
Nombre del establecimiento:		
Departamento:		Municipio:
Dirección:		Teléfono:
Nombre del encuestado:		
Cargo:		

1. INTRODUCTORIA: ¿Cree usted necesario e importante cobrar el servicio de hospedaje de manera anticipada?
SI ____
NO ____
2. UNIFORMIDAD: ¿En su establecimiento, utiliza el sistema de cobro de hospedaje por anticipado?
SI ____
NO ____
3. PUBLICIDAD: ¿Considera usted que la práctica mercantil mencionada anteriormente es conocida y utilizada en el sector hotelero?
SI ____
NO ____
4. REITERACIÓN: ¿En todas las ocasiones el huésped debe pagar su hospedaje de manera anticipada?
SI ____
NO ____

5. OBLIGATORIEDAD: ¿El huésped está obligado a pagar por el servicio de hospedaje en el momento que ingresa al hotel?

SI _____

NO _____

6. VIGENCIA

6.1 ¿En la actualidad, la práctica comercial en cuestión se encuentra vigente?

SI _____

NO _____

6.2 ¿Desde hace cuánto viene implementado el sistema de cobro de hospedaje por anticipado?

Menos de un año _____

De uno a tres años _____

De tres a cinco años _____

Más de cinco años _____

LISTA DE REFERENCIAS

- Cámara de Comercio de Bogotá. (2011). ABC de la costumbre mercantil. Biblioteca Digital. Recuperado de:
<http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/3320/El%20ABC%20de%20la%20costumbre%20mercantil.pdf?sequence=1>
- Cámara de Comercio de Neiva. (2003). Investigación sobre costumbre mercantil en el sector inmobiliario. Recuperado de
<http://www.ccneiva.org/imagenes/File/registro/CostumbreMercantil.pdf>
- Cámara de Comercio de Villavicencio. (2008). Resolución N° 29 de 25 de noviembre de 2008. Recuperado de:
http://www.ccv.org.co/ccvnueva/images/descargas/costumbremercantil/orp-328_practica_constitutiva_de_costumbre_mercantil_iv.pdf
- Corte Constitucional República de Colombia. Sentencia C – 224 de 1994. Expediente D-439. Demanda de inconstitucionalidad del artículo 13 de la Ley 153 de 1887. Recuperado de <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1994/C-224-94.htm>
- Presidencia de la República de Colombia. Decreto 410 de 1971. Por el cual se expide el Código de Comercio. Marzo 27 de 2005. Recuperado de
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>
- Asociación Hotelera y Turística de Colombia - COTELCO. (15 de 03 de 2016). Sala de prensa.

Obtenido de Hotelería entre los sectores con mayor crecimiento en 2015:

<http://www.cotelco.org/sala-de-prensa/noticias/hoteleria-entre-los-sectores-con-mayor-crecimiento-en-2015-2016-3-11/>

Enciclopedia de Economía. (s.f.). La gran Enciclopedia de Economía. Obtenido de

Uso Mercantil: <http://www.economia48.com/spa/d/uso-mercantil/uso-mercantil.htm>

Gobernación de Guainía. (26 de Noviembre de 2009). Nuestro Departamento - Guainía.

Obtenido de Información general:

http://www.guainia.gov.co/informacion_general.shtml